

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP
LOYALITAS KONSUMEN PT. SENTUL CITY, TBK
KABUPATEN BOGOR**

TESIS

Diajukan Kepada
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Magister dalam Ilmu Manajemen



Oleh

ALFIAN MUJANI

P 100 160 099

MAGISTER MANAJEMEN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020

NOTA PEMBIMBING

Drs. Wiyadi, MM, Ph.D
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas
Hal: Tesis Saudari Alfian Mujani

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama : Alfian Mujani
NIM : P 100160099
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Konsumen PT.
Sentul City, Tbk Kabupaten Bogor

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Surakarta, 13 Desember 2020
Pembimbing I,



Drs. Wiyadi, MM, Ph.D

NOTA PEMBIMBING

Dr. Muzakar Isa., SE., MSi
Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas
Hal: Tesis Saudari Alfian Mujani

Kepada Yth.
Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama : Alfian Mujani
NIM : P 100160099
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Konsumen PT.
Sentul City, Tbk Kabupaten Bogor

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Surakarta, 13 Desember 2020

Pembimbing II,

Dr. Muzakar Isa., SE., MSi

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PT. SENTUL CITY, TBK KABUPATEN BOGOR**

TESIS

Oleh

ALFIAN MUJANI
NIM : P 100 160 099

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji

Drs. M. Farid Wajdi, M.M., Ph.D
NIDN : 0605056501

Anggota

Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D
NIDN : 0612056501

Anggota

Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si
NIDN : 0622117602

Telah dipertahankan di hadapan tim penguji dan telah memenuhi syarat kelulusan
Pada tanggal 16 Desember 2020



Direktur Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Prof. Dr. Bambang Sumardjoko
NIDN : 0014056201

**PENGARUH *BRAND EQUITY* TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN
PT. SENTUL CITY, TBK KABUPATEN BOGOR**

TESIS

Oleh

ALFIAN MUJANI
NIM : P 100 160 099

SUSUNAN PEMBIMBING


Utama Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D
 NIDN : 0612056501

Pendamping Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si
 NIDN : 0622117602

Telah dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan

Pada tanggal .16.desember.2020.....

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta



Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D.
NIDN : 0612056501

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Alfian Mujani

NIM : P 100 160 099

Program Studi : Magister Manajemen

Konsentrasi : PEMASARAN

Judul : Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Konsumen PT.
Sentul City, Tbk Kabupaten Bogor

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti tesis ini jiplakan, gelar yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batas saya terima.

Surakarta, 13 desember 2020

Yang membuat pernyataan,



Alfian Mujani

MOTTO

*“Barang siapa keluar untuk mencari ilmu maka dia berada di
jalan Allah “
(HR.Turmudzi)*

*“Barangsiapa bertawakkal pada Allah, maka Allah akan
memberikan kecukupan padanya, sesungguhnya Allah lah yang
akan melaksanakan urusan (yang dikehendaki)-Nya.”
(QS. Ath-Thalaq: 3).*

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati penulis persembahkan Tesis, spesialnya untuk :

1. Allah SWT, sujud syukur untuk sumber kekuatan dan tujuan hidup atas segala limpahan rahmat dan hidayahnya.
2. Bapak dan Ibu yang telah banyak memberikan motivasi, nasehat, kasih sayang dan do'anya selama ini.
3. Keluarga dan teman-teman, rasa cintamu memberiku kekuatan untuk menjalani studi ini.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Pengaruh *Brand Equity* Terhadap Loyalitas Konsumen PT. Sentul *City*, Tbk Kabupaten Bogor. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 520 responden konsumen PT Centul City Bogor dengan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Teknik pengambilan sampel dengan metode non *probability* sampling. Teknik analisa data menggunakan Analisis regresi liner berganda . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa : 1) brand awerness, brand association dan pereceived quality tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. 2) brand loyalty memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Kata kunci : brand awerness, brand association, brand loyalty dan pereceived quality, loyalitas konsumen.

ABSTRACT

This study aims to influence Brand Equity on Consumer Loyalty in PT. Sentul City, Tbk Bogor Regency. The sample in this study amounted to 520 respondents of PT Centul City Bogor consumers using a questionnaire for data collection. The sampling technique used non probability sampling method. The data analysis technique used multiple linear regression analysis. The results of this study indicate that: 1) brand awareness, brand association and perceived quality have no effect on consumer loyalty. 2) brand loyalty has an influence on consumer loyalty.

Keywords: brand awareness, brand association, brand loyalty and perceived quality, consumer loyalty.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur senantiasa penulis haturkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan baik. Tesis ini disusun guna memenuhi syarat guna memperoleh gelar Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari dalam penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. Sofyan Anif, M.Si Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan izin dan kesempatan kepada penulis untuk mengikuti dan menyelesaikan Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Prof. Dr. Bambang Sumardjoko, M.Pd. Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh belajar di Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D selaku Pembimbing I yang berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu terselesainya tesis ini.
5. Dr. Muzakar Isa., SE., Msi selaku Pembimbing II yang berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu terselesainya tesis ini
6. Bapak dan Ibu dosen Pascasarjana Jurusan Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Bapak dan Ibu yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat sehingga dapat selesai tesis ini.

8. Semua pihak yang telah terlibat dan membantu dalam penyelesaian penulisan tesis ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, hanya ucapan terima kasih yang dapat penulis sampaikan.

Semoga tesis ini bermanfaat bagi penulis dan memberikan masukan bagi dunia pendidikan. Segala kritik dan saran yang membangun akan penulis terima dengan senang hati.

Wa'alaikumsalam Wr. Wb.

Surakarta, 13 desember 2020

Alfian Mujani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING I	ii
NOTA PEMBIMBING II	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
HALAMAN PERSETUJUAN.....	v
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
ABSTRAK	ix
<i>ABSTRACT</i>	x
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian	13
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 14
A.Landasan Teori.....	14
B.Penelitian Terdahulu.....	44
C.Kerangka Pemikiran	51
D. Hipotesis.....	51

BAB III METODE PENELITIAN.....	55
A. Populasi dan Sampel	55
B. Variabel dan Definisi Operasional Variabel	55
C. Jenis dan Sumber Data	58
D. Teknik Pengambilan Sampling	58
E. Teknik Pegumpulan Data	58
F. Analisa	59
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	 70
A. Gambaran Umum Perusahaan	70
B. Persaingan Industri.....	75
C. Hasil Pengolahan Data	78
 BAB V PENUTUP.....	 99
A. Simpulan	99
B. Keterbatasan penelitian	99
C. Saran	100
 DAFTAR PUSTAKA	
 LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 3.1 Skor Skala likert	59
Tabel 3.2 Reantang kriteria	61
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas brand Association.....	62
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas <i>Brand Awareness</i>	63
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas <i>Perceived Quality</i>	63
Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas <i>Brand Loyalty</i>	64
Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas <i>Customer Loyalty</i>	64
Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.1 Persentase Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 4.2 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	79
Tabel 4.3 Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan	80
Tabel 4.4 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4.5 Persentase Responden Berdasarkan Pendapatan.....	81
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Untuk Variabel <i>Brand Association</i>	82
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Untuk Variabel <i>Brand Awareness</i>	82
Tabel 4.8 Hasil Perhitungan Untuk Variabel <i>Perceived Quality</i>	83
Tabel 4.9 Hasil Perhitungan Untuk Variabel <i>Brand Loyalty</i>	83
Tabel 4.10 Hasil Perhitungan Untuk Variabel <i>Customer Loyalty</i> ata.....	84
Tabel 4.11 Uji Normalitas.....	85
Tabel 4.12 Uji Glejser	86
Tabel 4.13 Uji Multikolinieritas.....	87
Tabel 4.14 Uji Regresi linier beranda	88
Tabel 4.15 Uji Simultan	89
Tabel 4.16 Uji koefisien determinasi	91

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Primadia brand Awareness.....	30
Gambar 2.2 Primadia brand Loyalty	36
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	51
Gambar 4.1 Struktur Orgaisasi PT. Sentul City Tbk.....	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Kuesioner Penelitian
Lampiran II	Data
Lampiran III	Hasil analisa